

Наталья ГУСЕВА

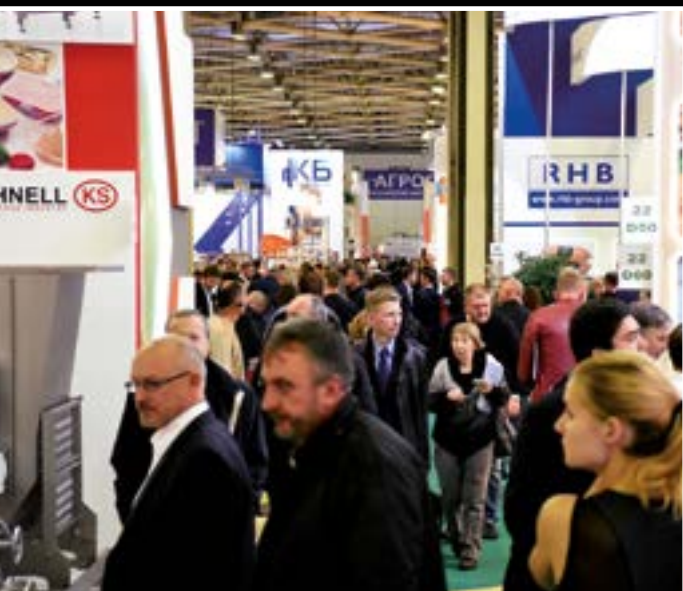
# «АГРОПРОДМАШ-2018»: В РУСЛЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ

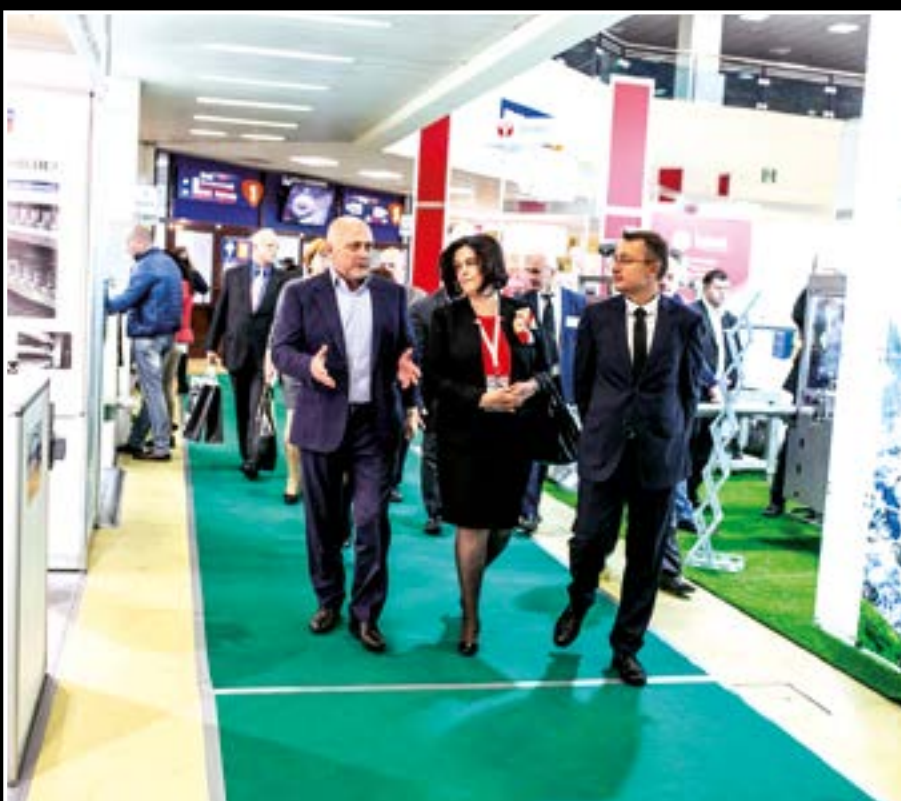
С 8 по 12 октября 2018 года в ЦВК «Экспоцентр» проходило самое значимое событие в бизнес-календаре производителей и поставщиков машин, оборудования, ингредиентов для российской пищевой и перерабатывающей промышленности, а также их потребителей — профессионалов отечественной индустрии продовольствия: 23-я международная выставка «Агропродмаш».



Площадь экспозиции «Агропродмаш-2018» составила 61 655 кв. м и объединила 870 компаний из 37 стран, что выше показателя прошлого года на 8%. Выставку посетили более 24 тыс. специалистов из 76 стран и 85 субъектов РФ. Деловая программа насчитывала 52 мероприятия.

В рамках национальных экспозиций были представлены компании Германии, Италии, Китая, Дании, Бельгии, которые в этом году значительно увеличили свое присутствие.







Экспозиция «Агропродмаш-2018» в очередной раз продемонстрировала актуальность предлагаемых решений и при этом довольно четко отразила процесс проникновения последних общемировых трендов на постсоветское пространство. Рассмотрим эти тренды.

### Актуальность & автоматизация

По мере становления и ускоренного развития российских пищевых и перерабатывающих отраслей участники выставки «Агропродмаш» стараются демонстрировать самые актуальные на текущий день решения. На этой площадке уже не принято выставлять оборудование, не отличающееся новизной, как, впрочем, и то, что с большой долей вероятности в ближайшее время не найдет своего покупателя. Не секрет, что многие образцы дорогостоящего оборудования, демонстрируемого на стендах, либо уже проданы еще до начала выставки (их демонстрация осуществляется по договоренности с приобретателем), либо находят покупателя в период ее работы.

И надо признать, что выставка этого года в очередной раз смогла приятно удивить профессиональную аудиторию уровнем представленного оборудования. Многие ведущие производители сделали акцент в своих экспозициях не просто на новые модели машин, а на топовые технические премьеры, ранее не демонстрировавшиеся в России. И это объяснимо: в условиях высококонкурентного рынка необходимо «столбить» нишу, заявляя о своих компетенциях с опережением. Таким образом, «Агропродмаш-2018» несомненно стал местом демонстрации наиболее актуальных технических решений по меркам общемирового пищевого машиностроения, что подтверждает значимость выставки в деловом календаре ведущих мировых производителей оборудования, а также зрелость, высокий потенциал российского рынка и его хорошую восприимчивость к самым передовым техническим решениям и новейшим прикладным технологиям мирового пищевого сектора.

Еще одним заметным отблеском экспозиции «Агропродмаш» стало очевидное закрепление тренда на повышенный

### КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

**Максим Данышин, руководитель региональной группы продаж, ООО «Хандтманн Машин Фактори»:**  
— Выставка «Агропродмаш» — одно из центральных событий в нашей отрасли. Именно на выставке представляется отличная возможность развивать и укреплять отношения как с существующим, так и с потенциальными клиентами. Мероприятие этого года отличалось целенаправленным посещением клиентов: люди искали решения для своего бизнеса и приходили уже с конкретными вопросами. Ну а мы, в свою очередь, старались предложить им готовые ответы. Отмечу, что в этом году мы приобрели гораздо большее число новых контактов по сравнению с прошлым годом. Таким образом, «Агропродмаш-2018» стала для нашей компании достаточно насыщенной и плодотворной. Отмечу еще одну особенность. В России компания «Хандтманн» широко известна прежде всего специалистам мясной отрасли. Тем не менее в этом году наш стенд посещали представители из других отраслей, например, хлебопекарной, кондитерской, молочной. И мы были готовы предложить им подходящие решения для их сферы деятельности.



### КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

#### Алексей Шапочкин, отдел корпоративных коммуникаций компании GEA в России:

— Мы считаем выставку «Агропродмаш» одной из важнейших для компании GEA в России. Ее тематика позволяет продемонстрировать наши компетенции в оборудовании и инжиниринге по широкому спектру направлений: переработке молока и мяса, производству и упаковке продуктов питания, производству крахмала из кукурузы, а также предложить предприятиям пищевой промышленности комплексные решения систем холодоснабжения под ключ. Мы используем эту площадку для встречи и переговоров с нашими постоянными клиентами, но также всегда рассчитываем на получение новых контактов. Говоря об итогах выставки этого года, хочу отметить большое количество встреч и переговоров, которые состоялись на стенде. Особенно продуктивными стали основные дни работы: вторник, среда, четверг. Мы смогли договориться о дальнейшей работе с целым рядом новых клиентов. Отмечу также, что очень большое количество экспонентов стали предлагать не только оборудование для переработки и производства продуктов питания, но и инжиниринговые решения. Это говорит о том, что клиенту выгодно получить все из одних рук — и оборудование, и его установку в предлагаемых условиях на месте. Здесь, кстати, хотелось бы высказать пожелание по улучшению организации выставки: было бы намного удобнее работать и оплачивать все необходимые услуги одной компании, а не трем-четырем, как в настоящее время.

интерес к автоматизированным и роботизированным системам со стороны профессиональной аудитории выставки. Недаром наличие роботизированных модулей на стендах мировых грандов пищевого машиностроения является не «вишенкой на торте», а доказательством растущего спроса на высокоэффективные производственные системы. В рамках «Агропродмаш-2018» роботизированные и автоматизированные решения демонстрировались и активно пропагандировались в различных салонах: технологии убоя и переработки мяса (например, компаниями Marel, Frontmatec), производство молока и молочной продукции, кондитерское производство, упаковка, складские системы и т. д.

Так, свои самые новые автоматизированные системы «живьем» продемонстрировали компании Albert Handtmann Maschinenfabrik, G. Mondini, Poly-Clip System, Multivac, Ulma Packaging и др. Более того, в экспозиции многих производителей (в том числе и из России) особое место занимали роботизированные системы, что является явным индикато-





### КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

**Маргарита Качанова, специалист по поддержке продаж, ООО «Минебеа Интек РУС»:**

— «Агропродмаш-2018» стала первой выставкой для нашей компании, открывшейся в декабре 2017 года (прим. — ООО «Минебеа Интек РУС» является 100% дочерней компанией Minebea Intec GmbH в России), а также одним из важнейших маркетинговых событий этого года, поскольку мы получили возможность представить бренд Minebea Intec наравне с известными игроками на российском рынке. Цели участия в выставке были скорее имиджевыми, чем связанными с получением максимально возможного количества новых контактов, хотя и в этом направлении некоторые результаты были достигнуты. Дебют считаем состоявшимся, результаты по приобретению новых контактов — удовлетворительными, а задачу заявить о себе — выполненной. Деятельность организаторов выставки оцениваем высоко.

ром роста спроса на передовые автоматизированные и роботизированные производственные комплексы со стороны отечественного пищевого сектора. Практика показывает, что ведущие российские предприятия пищевой промышленности целенаправленно модернизируют производство посредством внедрения автоматизированных систем, поскольку это позволяет добиться множества ключевых преимуществ: снижение трудозатрат и потребности в рабочей силе, стабилизация качественных показателей, повышение уровня гигиены, сокращение потерь ввиду устранения негативных проявлений человеческого фактора, уменьшение простоев, повышение производительности труда.

### В зеленом цвете

Еще раз отметим: выставка этого года доказала, что Россия является частью глобального мира и аккумулирует все основные тренды, оказывающие влияние на современное пищевое производство и «самосознание» потребителя. Если раньше такие понятия, как «здоровый образ

жизни» и «экологичность продукции», воспринимались дистанционно и ассоциировались исключительно с реалиями западного мира, то сейчас и рядовые россияне начинают воспринимать новые ценности здорового образа жизни и личной ответственности за улучшение экологической обстановки и снижение объемов пищевого мусора (особенно, в свете недавних протестов по поводу разрастающихся свалок в городской черте).

Неспроста в оформлении экспозиций ряда ведущих производителей упаковочного оборудования, материалов, ингредиентов отчетливо выделялись зеленые краски. Например, стенд «в зеленом цвете» участников салона упаковки призван был сделать акцент на реальных усилиях по развитию компанией экологического вектора: предложения самых современных материалов из возобновляемых ресурсов, биоразлагаемых полимеров и вторичных пластиков, термоформуемой бумажной упаковки и т. д. Вывод напрашивается такой: месседж усвоен, ретранслируется ведущими отечественными пищевыми производствами и подхватывается конечными потребителями,



### КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

**Наталья Медведева, руководитель направления маркетинга, ООО «Ульма Пакаджинг»:**

— Участие в выставке «Агропродмаш» способствует укреплению имиджа нашей компании, демонстрирует стабильность и успех, дает еще одну прекрасную возможность встретиться с большинством наших крупных клиентов и новыми, потенциальными клиентами, а также продемонстрировать новые технологии. Это самая посещаемая в России выставка. При этом география посетителей охватывает представителей предприятий со всех российских регионов и из стран СНГ. Отмечу и профессионализм аудитории — от руководителей предприятий до технических специалистов. И большинство из них предвкушает новинки. Соответствуя ожиданиям наших посетителей, в этом году мы представили две новинки упаковочных машин. Кстати, сегодня наблюдается ярко выраженный тренд: крупные производители продуктов питания, представители мясоперерабатывающей, молочной и прочих отраслей при реализации масштабных проектов предпочитают работать с компаниями, способными реализовывать комплексные решения по интеграции производственных линий и элементов в существующее или строящееся производство. «Решения под ключ» становятся очень привлекательными для производителей. Данный формат сотрудничества является очень удобным для клиентов, он позволяет тщательно контролировать качество выполненных работ на каждом этапе. И компания «Ульма Пакаджинг» обладает такими компетенциями.

поскольку по сути все заинтересованы в снижении объемов мусора, выбросов парниковых газов производствами, обеспечении не только пищевой безопасности, но и передовых концепций здорового питания, уже актуальных для все большего числа жителей России (причем далеко не самых преуспевающих). На выставке этого года поставщики упаковочных решений без тени сомнения отмечали, что уже ощущают интерес к новым экологичным упаковочным материалам (например, на основе биоразлагаемых пластиков) со стороны самых разных предприятий отечественного пищевого сектора, как по специализации, так и по масштабам бизнеса.

В свою очередь, крупнейшие поставщики ингредиентов отмечают повышение интереса к натуральным рецептурам, изделиям, не содержащим в своем составе посторонних или дискредитировавших себя ингредиентов, и даже к вегетарианской/веганской продукции. И, конечно же, сами производители продуктов питания вынуждены считаться с возрастающей разборчивостью покупателей

при выборе товара на полках магазинов и повышенным вниманием к составу продукции, указанному на этикетке. Одновременно российские потребители подошли к осознанию собственной роли в заботе об окружающей среде, голосуя кошельком не только за качественные, но и за экологичные продукты. И все это нашло отражение в экспозиции «Агропродмаш-2018».

### Импортозамещающий вектор

Международный статус выставки «Агропродмаш» позволяет отстраивать очень конкурентную экспозиционную платформу, как для зарубежных фирм, так и для динамично развивающихся отечественных предприятий — производителей и поставщиков решений для пищевой и перерабатывающей промышленности. Одновременно выставка является своеобразным индикатором развития отечественного пищевого машиностроения. Более чем за 20-летнюю историю состав российских экспонентов претерпел количественные и качествен-



### КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

**Татьяна Доброхотова, руководитель отдела маркетинговых коммуникаций, АО «Силд Эйр Каустик»:**

— В выставке «Агропродмаш» наша компания принимает участие ежегодно. Мы используем возможность продемонстрировать новые разработки упаковочных материалов и систем, встретиться с давними партнерами и продолжить обсуждение их проектов, а также найти новых клиентов. Для нас очень важно чувствовать ситуацию на рынке, понять вектора развития отраслей, узнать потребности наших покупателей. Выставка этого года порадовала четкостью организации и отличной посещаемостью во все ключевые дни — от понедельника до четверга включительно. В отличие от предыдущих выставок мы отметили значительный рост посещаемости со стороны специалистов сыродельной отрасли, рост клиентов, заинтересованных в информации по производству готовых блюд, представителей рыбной отрасли. С каждым годом выставка становится все более многогранной и интересной для производителей различных пищевых отраслей.

ные изменения. Однако вопреки естественным трудностям и глобальным потрясениям, российская часть экспозиции определенно демонстрирует устойчивую положительную динамику.

Отрадно было отметить, что в числе традиционных участников присутствовало немало российских фирм, которые на протяжении уже двух десятилетий являются постоянными участниками выставки, что говорит о высоком конкурентном потенциале российского бизнеса и оптимальности площадки «Агропродмаш» для постоянной демонстрации его возможностей.

Активно формируется пул отечественных машиностроительных предприятий и производителей отдельных технологических решений, призванных составить конкуренцию ведущим зарубежным компаниям на внутреннем рынке. И очевидно, что этот сегмент уверенно растет и развивается с учетом растущих объемов продаж российского оборудования и активности участия отечественных предприятий в деловой программе выставки «Агропродмаш».

Как известно, в рамках «Перечня мероприятий поддержки производителей машин и оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности» Минпромторгом России была разработана программа, которая стартовала в прошлом году. Согласно этой программе АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ) должен компенсировать значительную долю расходов отечественных предприятий, осуществляющих выпуск машин и оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности, в том числе затраты на аренду выставочных площадей и застройку стендов. В «Агропродмаш-2018» по данной программе приняло участие 59 российских компаний (47 — в 2017 году).

В экспозиции этого года был задействован новый формат: региональными фондами поддержки малого предпринимательства были организованы коллективные региональные экспозиции, в том числе Воронежской, Челябинской, Тверской, Тульской, Кировской областей и Ставропольского края. Это говорит о развитии программы поддержки отече-





ственных производителей не только на федеральном, но и на субфедеральном уровне.

Если оценивать текущий вектор развития отечественного бизнеса, то выше 160 отечественных предприятий в рамках выставки «Агропродмаш-2018» представили довольно широкий спектр решений, ориентированных на удовлетворение потребностей в разработках для мясо-, птице-, рыбо- и молокоперерабатывающих производств, а также для сыроделов, производителей соков и напитков, переработчиков овощей, фруктов и др.

В числе российских участников — большое число предприятий, которые за десятилетия деятельности сумели доказать свою компетенцию успешно реализованными проектами в различных отраслях пищевой индустрии. В их числе: «Акмалько Инжиниринг», «Агро-Кейсинг», «Агрос», «Антес», «Аромадон», «Аромарос-М», ПКФ «Атлантис-Пак», «Бестром», НПП «Фирма "Восход"», ПКФ «ДЕФТ», ОМПО «Иртыш», «ИСИТ», КБАЛ им. Л.Н. Кошкина, «КТБМаш», «Лого Трейд»,

Кропоткинский Завод «МИССП», Завод «Молмаш», «Овен», ГК «Омега», «Пензмаш», «Пищмашсервис», «Протемол», «Русская Трапеза», «Русская Броня», НПО «Рыбтехцентр», Машиностроительный завод «СЭМЗ», «Термокул», «Тензо-М», «Техлен», Тверской завод пищевого оборудования, «Таурас-Феникс», Шебекинский машиностроительный завод, «Форинтек» и др.

Выставка показала, что наибольшие конкурентные преимущества отечественные производители демонстрируют в следующих сегментах:

- ингредиенты и специи для ряда отраслей пищевой промышленности;
- отдельные виды упаковочных машин;
- системы точного весового контроля и порционного дозирования;
- термическое оборудование для ряда отраслей (например, для мясо- и рыбоперерабатывающих отраслей, хлебопекарного и кондитерского бизнеса, производства снековой продукции);
- специализированное оборудование для рыбной отрасли (например, дефростеры);

■ широкий спектр оборудования для молочной отрасли, а также для индустрии напитков;

■ отдельные машины для переработки овощей и фруктов;

■ производство отдельных узлов и агрегатов (редукторы, насосы, транспортеры и т. д.) для построения и модернизации производственных систем, а также металлоемких конструкций (например, подвесных путей, транспортных систем, трубопроводов, цеховой тары и емкостного оборудования и т. д.) для комплектования комплексных систем, т. е. всего того, что чаще всего накладно импортировать из-за рубежа;

■ инжиниринг.

Вместе с тем не стоит переоценивать «импортозамещающий» потенциал российских производств, которые, хотя и способны уверенно закрыть часть потребности в отдельных видах оборудования, тем не менее пока вряд ли могут претендовать на ведущие роли в поставке наукоемкой продукции. Особенно той, для которой не существует адекватных аналогов с точки зрения



производственной эффективности, стабильности качественных показателей, возможностей по интеграции в автоматизированные и роботизированные комплексы. В противном случае отечественным пищевым производствам придется пожертвовать своей эффективностью, а конечному покупателю в рознице еще и расплачиваться собственными средствами за поддержку российского пищемашпрома.

По этой причине выставка «Агропродмаш» привлекает специалистов пищевой отрасли и проектировщиков благодаря широте предлагаемых решений, когда появляется возможность выстраивать проект создания нового предприятия или модернизации уже имеющегося, руководствуясь одновременно критериями инновационности, качества технического исполнения и ценовой доступности отдельных компонентов проекта.

### Золотые компетенции

Имея за плечами более чем 20 лет успешной работы, выставка «Агропрод-

маш» смогла утвердиться в качестве главного делового мероприятия в календаре многих российских и зарубежных поставщиков ингредиентов, оборудования и решений, а также инжиниринговых компаний, выполняющих проекты для российских предприятий перерабатывающих отраслей и пищевой промышленности. В чем состоит секрет успеха «Агропродмаш» и завоевания абсолютного лидерства на рынке профильных выставочных мероприятий всего постсоветского пространства? Ответ на этот вопрос содержится и в комментариях участников, и в нашем резюме.

Прежде всего «Агропродмаш» — отличная презентационная площадка. Практически каждый из респондентов указывает на то, что рассматривает выставку как масштабный шоу-рум для демонстрации своих компетенций и новинок. Здесь важно то, что экспоненты готовят к «Агропродмашу» новинки, актуальные для российского рынка, четко отдавая себе отчет, что они будут востребованы. Не случайно экспозиция «Агропродмаш» является самой насыщенной с точки зрения

демонстрируемого оборудования и готовых решений.

При этом отличительной особенностью выставки является наличие в ее экспозиции целого ряда отраслевых разделов — салонов, что положительно сказывается на представительности экспозиции и стабильном интересе к ней со стороны специалистов и директоров различных перерабатывающих отраслей и пищевой промышленности. А именно мясо-, птице-, рыбо-, молоко-, овощеперерабатывающих отраслей, масло-жировой отрасли, а также предприятий, производящих хлебобулочную и кондитерскую продукцию, снеки, специальное питание, напитки и т. д. Отраслевая многовекторность выставки явно соответствует многоотраслевой специализации многих производителей оборудования и поставщиков решений.

Комментируя феномен выставочного общения, **Константин Егоров**, директор по продажам компании Frontmатec (Дания) высказал очень простую и емкую мысль: «Иной раз за пару-тройку дней работы на выставке удается пообщаться с гораздо большим количеством клиен-



Количество российских участников составило 470. Свыше 160 стендов содержали перспективные отечественные разработки для самых разных отраслей. В этом году 59 российских производителей машин и оборудования для пищевой и перерабатывающей промышленности подали заявку на получение субсидий, призванных компенсировать расходы на участие в выставке «Агропродмаш».



тов, чем за пару месяцев рутинной работы «в поле». По этой причине очень многие участники выставки «Агропродмаш» ценят ее именно за возможность каждый год получить в свое распоряжение несколько дней интенсивного общения со своими клиентами и новыми потенциальными заказчиками.

Несмотря на то, что довольно большая доля аудитории стендов экспонентов обычно — уже состоявшиеся клиенты, тем не менее практически все участники рассчитывают на расширение деловых связей и появление новых потенциальных заказчиков в период работы выставки «Агропродмаш». И их надежды оправдываются.

Практически все постоянные экспоненты выставки считают одним из преимуществ участия в «Агропродмаш» имиджевую составляющую. И это объяснимо: понятия «капитализация бренда» еще никто не отменял, а участие в крупнейшей выставке этому способствует как нельзя лучше. Впрочем, так считают и премьеры выставки.

Во многом эффективность участия в выставочном мероприятии зависит от профессионализма, компетенции и широты аудитории. И в этом отношении выставка «Агропродмаш» всегда выгодно отличалась от большинства остальных отраслевых мероприятий.

Одновременно отдельные участники высказывают мнение либо об изменении периодичности проведения выставки, либо об изменении периодичности собственного участия в ней, например, ограничиться участием раз в два года, руководствуясь желанием оптимизировать расходы. Приводят в пример и евро-

## КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

**Татьяна Гордеева, директор по маркетингу, компания «Таурас-Феникс»:**

— *Определяющим фактором успешной выставки является ее концепция, в рамках которой подбирается доступная локация, планируется логичная схема застройки и проводится предварительная работа с менеджерами. Внутри компании мы оцениваем выставку с точки зрения ее экономической эффективности, которая выражается в суммарной величине контрактов относительно объема затрат на ее организацию. Мы участвуем в выставках, которые оправдывают наши вложения и окупаются за несколько месяцев поствыставочной работы. И «Агропродмаш», безусловно, одна из таких выставок. В фокусе всех деловых и презентационных мероприятий «Агропродмаш-2018» был вопрос развития агропромышленного комплекса России собственными силами. Поэтому экспоненты из числа отечественных предприятий демонстрировали цифровые технологии в сфере переработки овощей и фруктов, в кондитерской, хлебопекарной отрасли, рыбной промышленности, а также инструменты бережливого производства, системы по автоматизации предприятий, упаковку и умное оборудование.*



## КОММЕНТАРИЙ УЧАСТНИКА

### **Анастасия Проявка, руководитель отдела рекламы, ГК «ОМЕГА»:**

— Важным для всех участников и посетителей выставки «Агропродмаш» являются тренды, которые подсвечивает выставка. Сегодня очевидно, что пищевая промышленность интенсивно развивается, что улучшается качество сервиса. Мы наблюдаем большой интерес к продукции с пониженной калорийностью и добавлением пищевых волокон, заменителей сахара, пониженным содержанием соли, без добавления глутамата натрия. А также продукции с добавлением белка, который вводят не только в мясные, но и в молочные, хлебобулочные изделия.

Отмечу основную тенденцию, которую подтвердила и выставка «Агропродмаш», — это усиление ориентации на производство безопасных и качественных продуктов питания. «Чистая этикетка» — тренд, который продолжает развиваться. Для того, чтобы не терять потребительский интерес, производителям необходимо оперативно реагировать на изменяющийся спрос и предлагать продукты, в составе которых используются качественное пищевое сырье и ингредиенты. Потребители требуют максимальной прозрачности состава для понимания безопасности тех или иных продуктов. Также этому способствует государственная политика: нормативно-правовые акты, направленные на формирование здорового образа жизни населения, повышение качества продукции, обеспечение здорового питания населения.

пейский опыт. Здесь стоит сказать, что темп российской деловой жизни и изменчивость в короткой перспективе экономической обстановки не позволяют нам равняться на европейские реалии. В Европе специализированные промышленные выставки — это, в первую очередь, платформа для анонса технических новинок и технологических инноваций. Очевидно, что даже передовые европейские компании не готовы генерировать новые решения чаще одного раза в три года (а инновации — раз в 10 лет). В России выставка «Агропродмаш» — это площадка для мониторинга текущего пульса отрасли, сверки часов поставщиками и заказчиками решений, коррекции бизнеса и оценки перспектив в условиях быстро меняющейся рыночной конъюнктуры, характерной для России.

Тем не менее очевидно, что выставка «Агропродмаш» динамично развивается, растет профессионально и несет в себе все больше возможностей для участников в плане успешного продвижения своих решений не только в России, но и на постсоветском пространстве. 